

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA PENGGUNA JASA UPSTAIRS SHOESCARE)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat

Sarjana Ekonomi



Oleh:

NAMA : YOAN

NIM : 201210160311042

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2019

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Pengguna Jasa Upstairs Shoescare)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Yoan
NIM : 201210160311042
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Juli 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:


Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
Penguji II : Fika Fitriasari, S.E., M.M.
Penguji III : Dr. Widayat, M.M.
Penguji IV : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,


Dr. Marsudi, M.M.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul ” **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA JASA UPSTAIRS SHOESKARE)**” disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar Kesarjanaan di bidang Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha memberi sebaik mungkin namun demikian, penulis menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. *My Beloved Family* : Papa, Ibu, Yogi, Keluarga besar Djoyokusumo dan keluarga besar Mukhlis Muin yang selalu mendoakan dengan tulus dan selalu memberikan dukungan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Drs. Fauzan, M.Pd selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Hj. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. H. Marsudi, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
5. Dr. RD. Djatmiko, M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah sudi meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Widayat, M.M. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.
7. Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M selaku dosen wali Manajemen A 2012 yang telah dengan sabar dan tulus mendidik saya selama masa perkuliahan.
8. Bapak/Ibu dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan, wawasan dan keterampilan.

9. Terima kasih kepada sahabat-sahabat terdekat saya yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
10. Terima kasih kepada teman-teman kelas saya, Manajemen A 2012 yang telah memberikan dukungan.

Akhirnya segala amal baik yang telah mereka berikan kepada penulis semoga mendapat balasan dari Allah SWT. dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, Juli 2019

Penulis



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA JASA UPSTAIRS SHOESCARE)

Yoan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jalan Tlogomas No. 246 Malang
E-mail: yoanariesta95@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Upstairs Shoescare. Jenis penelitian adalah penelitian survey. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan Upstairs Shoescare yaitu sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang telah dilakukan yaitu menggunakan analisis rentang skala dan regresi linier berganda dengan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) bukti fisik (tangible) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Upstairs Shoescare 2) kehandalan (reliability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Upstairs Shoescare 3) daya tanggap (responsiveness) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Upstairs Shoescare. 4) jaminan (assurance) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan 5) empati (emphaty) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati.

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION
(STUDY ON UPSTAIRS SHOESCARE SERVICE USERS)

Yoan

*Management Study Program of the Faculty of Economics and Business,
University of Muhammadiyah Malang
Jalan Tlogomas No. 246 Malang
E-mail: yoanariesta95@gmail.com*

ABSTRACT

The purpose of this study 1) To determine the effect of service quality on customer satisfaction Upstairs Shoescare. This type of research is survey research. The population in this study is Upstairs Shoescare customers, which are 100 people. Data analysis techniques that have been carried out are using scale analysis and multiple linear regression with t test. The result showed that 1) tangible has a positive and significant effect on customer satisfaction of Upstairs Shoescare service users 2) reliability has positive and significant effect on Upstairs Shoescare customer satisfaction 3) responsiveness has a positive and significant effect on satisfaction customer of Upstairs Shoescare. 4) assurance has a positive and significant effect on customer satisfaction and 5) empathy has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Key Words: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy.*

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang.....	1
B.Rumusan Masalah.....	6
C.Tujuan Penelitian.....	6
D.Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A.Penelitian Terdahulu.....	8
B.Landasan Teori.....	11
1.Kepuasan Pelanggan.....	11
2.Kualitas Layanan.....	18
C.Kerangka Konseptual.....	20
BAB III. METODE PENELITIAN.....	25
A. Lokasi Penelitian.....	25
B. Jenis Penelitian.....	25
C. Definisi Operasional Variabel.....	25
D. Populasi dan Sampel.....	28
E. Data dan Sumber Data.....	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Pengukuran Data.....	30

H.	Uji Instrumen Penelitian.....	30
	1.Uji Validitas.....	30
	2.Uji Reliabilitas.....	32
I.	Teknik Analisis Data.....	32
	1.Rentang Skala.....	32
	2.Regresi Linier Berganda.....	34
J.	Uji Hipotesis.....	35
BAB IV.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
A.	Gambaran umum Responden.....	36
B.	Hasil pengujian Instrumen Penelitian.....	39
	1.Uji Validitas.....	39
	2.Uji Reliabilitas.....	41
C.	Hasil Rentang Skala.....	42
D.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
E.	Pengujian Hipotesis.....	57
F.	Koefisien Determinasi (R^2).....	60
G.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
BAB V.KESIMPULAN DAN SARAN.....		67
A.	Kesimpulan.....	67
B.	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		70
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Skala variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pelanggan.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mencuci.....	39
Tabel 4.5 Uji Validitas Masing-Masing Variabel.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Masing-Masing Variabel.....	41
Tabel 4.7 Hasil Rentang Skala Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	47
Tabel 4.8 Hasil Rentang Skala Variabel Tangible (X1).....	44
Tabel 4.9 Hasil Rentang Skala Variabel Reliability (X2).....	46
Tabel 4.10 Hasil Rentang Skala Variabel Responsiveness (X3).....	48
Tabel 4.11 Hasil Rentang Skala Variabel Assurance (X4).....	51
Tabel 4.12 Hasil Rentang Skala Variabel Emphaty (X5).....	53
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Secara Individual (Uji t).....	58
Tabel 4.15 Koefisian Determinasi (R ²).....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	21



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran.	73
1. Kuesioner Penelitian.....	73
2. Karakteristik Responden.....	77
3. Hasil Sebaran Kuisisioner.....	78
4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	82
5. Hasil Jawaban Kuisisioner Penelitian.....	88
6. Analisis Regresi Berganda.....	94



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. 2014. Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Adji, P., dan Subagio, H. 2013. Pengaruh Retail Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mahaiskwa UK Petra di Circle K Siwalankerto Surabaya. Jurnal, Manajemen Pemasaran Petra.
- Ameditawati, Guinness. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas pelayanan Terhadap Konsumen dan Word of Mouth Positif. Thesis. Universitas Sebelas Maret
- Anwar, Sanusi. 2011. Metode Penelitian Bisnis. Salemba Empat. Jakarta.
- Arikunto, S. 2008. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Karya.
- Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bilson, Simamora. 2003. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chen, Y.S., and Chang, S.H. 2013. *Greenwash and Green Trust: The Mediation Effects of Green Perceived Risk. J Bus Ethics*.
- Frankel, Jack R dan Norman E. Wallen. 1993. How to Design and Evaluate Research in Education. 2nd Edition. New York: McGraw Hill Inc
- <http://www.google.com/amp/s/teorionlinejurnal.wordpress.com/2012/08/20/menentukan-ukuran-sampel-menurut-para-ahli/amp/> Diakses tanggal 23 Juni 2019.
- Husein, Umar. 2001. Metode Penelitian dan Aplikasi dalam pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.

Husein, Umar. 2005. Metode Penelitian. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P, amstrong, G. 2001 Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan. Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip. 2000. Manajemen pemasaran. PT. Prenhallindo. Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasarn. Jilid I dan II. PT. Indeks. Jakarta.

Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. PT. Indeks. Jakarta.

Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: Salmeba Empat

Lupiyoadi. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Salemba Empat, Jakarta.

Mowen, John. Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta. Erlangga.

Nastiti, Ani. 2007. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening, Studi Kasus Pengguna Kartu Kredit Citibank Silver Wilayah Surabaya. Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik (JAMBSP)

Panjaitan, Januar Effendi dan Yuliati, Ai Lili. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. DeRema Jurnal Manajemen, Vol. 11, No. 02

Rangkuty, Freddy. 2004. Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Pesada.

Sekaran, Uma. 2011. Metode Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat

Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 2001. Metode Penelitian Suvei. Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. 2001. Metode Penelitian. Bandung: CV Alfa Beta.

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.

Tjiptono, Fady. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2011. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.

Yamit, Zulian, 2003. Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi 2. Ekonosia. Yogyakarta



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang



Tanda Terima Cek Plagiasi Sementara

Tanggal: 21 AGUSTUS 2019

KODE

A

Nama

YUAN

NIM

20010160311012

Jurusan

MANAJEMEN

Naskah Publikasi

Terjemahan Abstrak

